

1 週間ノベルアプリ、連載記事バックグラウンド

AppStore はただ開発者が大きな市場に向けてリリースできる夢の市場ではありません。

アプリ開発者自身が営業となって、アプリを宣伝していかねばならないという厳しい現実も横たわっています。

そこで、ちょっとしたヒントになれば、と私が今回アプリの営業として行ったことを書き記しておこうと思います。

自分が超水道と一緒に作業するに当たってまず考えたのは「超水道単体でやっていたときと同じ成果を残すのでは一緒にやる意味が無い」ということでした。

では、何をプラスするべきか、といえばそれはメディアの露出度でしょう。作ったものの露出が多くなれば、それだけダウンロードされる機会が増えます。

超水道自体も、いままでメディアに対するアクションを取ってこなかったということもあり、ブログメディアの末席にいる私でも、工夫すれば相乗効果を起こせると考えました。

少し前まで、いや、一部では今でもリリース日に「こんなアプリが出ました！」とリリースを出せばそれが一番良し、と、それがプロモーション方法であると思われていました。

リリース日に告知することで新しいもの好きを一気に集め、AppStore のランキングに食い込む作戦です。

私の考えではそれは完全に昔のやり方です。

少し昔、iPhone は積極的に情報を集める新しいモノ好きに支えられていましたが、今では普通の人の方が多くなりました。

「新しいものが出ましたよ」と言っても以前ほど食いつきは少ない。

スクエア・エニックスのように知名度がある会社や、「なめこ」のように知名度を確立したブランドであればリリース日に「ドン！」と告知しても十分に注目を集めるとは思いますが、ほとんどのアプリはそうではないでしょう。

少しでも有利になるよう、事前に知名度を上げておくことは最低限やらなければならないことだと思っています。

もちろん、アプリの価格を超高額でリリースして自社で購入し、売上ランキング上位を狙う、とかリワード広告や無料アプリ内の広告などでダウンロード数を押し上げるという作戦もありますが、これは誰でも使える作戦ではありません。

そこで、アプリ自体の開発過程をネタに、話題に上りやすくする作戦を取ることになりました。

それがブログで連載した「ノベルアプリ 1 週間チャレンジ」という一連の記事です。

記事としてしっかり書くことはもちろんですが、いつもより広い範囲の人に見てもらおうと工夫を入れています。

どうすればより広い範囲に届くのか。

まず、考えたのは大手メディアに取り上げてもらえないか、ということです。

別資料として作った「プレスリリースを出そう」でも「掲載される数が力」と書きましたが、アプリだけでなく、アプリを作る過程に関してそれらのメディアに掲載させてメディア露出を増やそうという魂胆ですね。

まっさきに思い浮かぶのは meet-i や Appbank ですが、これらはできてからの勝負。

作っている間に話題に上り、リリース時にはある程度知名度を得ておく必要があります。

であればアプリの開発自体をネタにして、ITMEDIA や週間アスキー PLUS などの「面白いネタ」を探しているメディアに焦点を当てよう、という結論になりました。

もちろん、大手だけでなくアマチュアアプリに注目している制作系のサイト、個人のニュースアンテナなどに引っ掛けてもらうことも視野に入れています。

そう考えて書いたのが 1～3 日目あたりですが、小ネタもはさみつつ製作の情報をどんどん書いてあり、新鮮味もあっていい感じに仕上がっていたと思います。

実際、twitter 上で話題になったり、週アス PLUS でその様子にリンクを貼

られたりと、いつもより注目をあつめることができました。
この時点で痛いニュースのようにちゃんねる系のアンテナ、同人ニュースに話題にしてもらうこともできました。

しかし、「1週間でノベルアプリを作る」というだけでは少しフックが足りません。
というのも現実にはプロジェクトXのようにドラマだけではないし、1週間で作るというのは他でも話を聞くことです。
そこで、AppStore や同人活動が抱える問題に対する話をもう1つの軸に持ってくることにしました……

続きは、Ameroad でお買い上げの上、ご覧下さい。